

中岳嵩山 果酒之源

登封“三楂红”酒香融合文化气息
满足消费者健康饮酒



一片火红的山楂林 衍生出“三楂红酒”

上世纪80年代中期,登封植树造林,在嵩山林区种植了7万多亩的优质山楂。由于嵩山山地十分适合山楂树的生长,所以每到秋天,就能看到漫山遍野红彤彤的山楂果,并且因天气、土壤等原因,生长的山楂果口感十分好。

之后的几年,嵩山山楂不仅产量高,而且酸甜适中的味道也很受欢迎。但因山楂销售渠道不畅,许多果农在山楂成熟采摘后,只有部分卖给有需求的中药店,其余的要么放在家里自己吃,要么看着新鲜的山楂一点点变坏,然后当成垃圾直接扔掉,让果农痛心不已,但又因寻不到出路而无可奈何。

把这些现象看到眼里的李双银,经过研究,在2005年底,成立了登封三楂红酒业有限公司。把老百姓的山楂都收购过来,然后经过工艺,制作成三楂红果酒,造福当地百姓。

酒香融合文化气息 降压健胃防衰老

嵩山果酒历史悠久,“三楂红”品牌深入人心。《黄帝内传》记载:“王母会帝于嵩山,饮帝以护神养气,金液流光之酒,又有延洪寿光之酒。”

自古以来,嵩山一带的野生山楂就非常丰富,三皇寨、峻极峰、大熊山等景区现在仍然随处可见。据《本草纲目》记载:山楂可消化饮食,消肉积疝及痰饮痞满吞酸、血瘀肿胀。主要功能:健胃消食、减肥、降血脂血压、防衰老、增强肌体免疫力等。

洪昭光在《食物是最好的医药》一书中介绍:常吃山楂制品能开胃消食,预防动脉粥样硬化,使人延年益寿,故被人们视为“长寿食品”。把山楂酿制为酒,营养成分和药用成分更容易被人体所吸收和利用。为此,三楂红酒具有“降压健胃防衰老”之美誉。

三楂红酒经过蒸馏、复馏、老君洞洞藏等工艺酿制而成,酒香优雅自然,为中国也为世界开创了一个新酒种,有着浓厚的地域文化,满足了消费者对健康饮酒的需求,纷纷竖起大拇指说:“中。”

“三楂红——三种山楂·品味人生”。三楂红酒不仅成为登封家喻户晓的健康时尚饮酒,也已走向内蒙古、河北、吉林等省市。嵩山产的三楂红酒,让世人享受果酒的同时感知中国文化气息。但嵩山的三楂红酒和嵩山绵延深厚的文化又有着怎样解不开的结呢?一起来看看。记者 袁建龙
登封时报 刘俊苗 文/图



“三楂红·2697”“山楂花儿开”高品质果酒,邀你健康饮酒

传说,公元前2697年,华夏人文始祖轩辕黄帝在嵩山老君洞用山楂酒宴请西王母。同年,黄帝即位,创制立法,是干支纪年的开始,故命名一种山楂酒为“2697”。每年9月9日9时,三楂红酒业将山楂酒送至嵩山老君

洞,并在此封存3年,于每年重阳节前取出灌装。

“春种、夏长、秋收、冬藏,耐心、坚持、铭记、向上、有爱,才能听到花开的声音,山楂花开了。”这是三楂红酒业有限公司推出的另一款,名叫“山楂花儿开”的果酒,晶

莹剔透的酒体,消暑解腻开胃生津,饮后果香持久,余味悠长。

三楂红推出的酒,因为是纯山楂制作,山楂的许多成分都保留着,因此,饮用三楂红酒,其实就是健康饮酒,可以当做日常生活中的养生。

畅谈未来,打造“三楂红”知名品牌

谈到未来公司的发展,李双银感触很深。“在这次果酒发展高峰论坛上,听大咖们畅谈制约果酒现在发展的瓶颈,以及后期发展应注重哪些方面?我有很多想法。”李双银说,“我们三楂红酒业有好的产品,我们将进一步共享发展。在未来发展过程中,还需要继续研发

新的三楂红酒,以满足更多消费群体。同时,要引进新技术,还要降低成本,打造高品质低消费三楂红酒,用以服务人们日益提高的消费追求。”

目前,三楂红酒最重要的还是打造品牌。“虽说我们的品牌现在在登封家喻户晓,也早已走到省外,

但是还需继续加强品牌的影响力。”李双银斩钉截铁说,必须努力,把三楂红酒打造为中国第一果酒品牌,扛起我国果酒行业一面旗帜。

中岳嵩山果酒,三楂红酒采用黄帝纪年,在发展果酒的同时,也要继续传承中国文化,发扬中国传统文化。

圆桌论坛,他们都讨论了什么?



4月22日,在首届中国果酒发展高峰论坛“圆桌论坛”环节,由北京华夏观峰品牌管理有限公司董事长杨永华做主持,著名葡萄酒专家郭松泉,中国食品工业协会葡萄酒、果酒专家委员会秘书长杨强,中国食品发酵工业研究院酿酒研发部主任、博士、教授级高工薛洁,亮剑咨询董事长牛恩坤,新乡市大明饮品有限公司营销董事长刘国利

作为嘉宾登台。

圆桌论坛大咖云集,他们围绕果酒展开讨论。“消费者为什么要喝果酒,又为什么要喝三楂红这个酒?”杨永华直指问题中心。而薛洁则从技术和品质的角度,为大家阐述:三楂红利于人体消化,有开胃和抗氧化的功能,所以喝果酒能养颜美容。搞清楚三楂红里面到底有什么,消费者清楚了,就能说

服消费者购买。

而果酒行业为什么没有大企业?牛恩坤说,果酒最大的误区是,被吹嘘为药品,或下降到饮料。所以,应该站到一种高度上看果酒,比如新疆天山的葡萄品种,全国的消费者都相信它是好的,也都知道它的价值存在。这两年,白酒一直在升级,消费者升级了,这就给果酒带来了机会,要将果酒打造成为特产,并且一定要缩小到一个狭小的区域,就在这一块区域能够生产,别的地方没有。

“对话现场都能听明白,这叫供需无缝对接,能知道大家心里在想什么,把产品研究透彻。”在圆桌论坛结束时,杨永华说,这是首届果酒企业论坛,要想果酒越做越好,越走越远,这次论坛仅仅是一个开始,相信果酒的未来会更好!

记者 袁建龙
登封时报 刘俊苗/文 付文龙/图